

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

САКУТА

Александр Александрович

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПИВЗАВОД ОЛИВАРИЯ»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент В. Г. Булавко

Допущена к защите

«___» _____ 2015г.

Зав.кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 53 страниц, 2 таб., 3 рис., 43 источников, 3 прилож.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Объект исследования – ОАО «Пивзавод Оливария».

Предмет исследования – маркетинговая стратегия ООО «Пивзавод Оливария» на рынке.

Цель работы: исследование маркетинговой стратегии ООО «Пивзавод Оливария» и разработка мероприятий по её совершенствованию.

Методы исследования: сравнительного анализа, синтеза, группировок.

Исследования: дано теоретическое обоснование маркетинговой стратегии предприятия; проанализирована хозяйственная деятельность ООО «Пивзавод Оливария» и маркетинговая деятельность на рынке; разработаны рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии предприятия.

Технико-экономическая, социальная и экономическая значимость: заключается в том, что основные выводы и разработки могут быть использованы как для повышения эффективности маркетинговой стратегии ОАО «Пивзавод Оливария», так и других предприятий Республики Беларусь.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический и расчетный материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого вопроса, а все заимствованные из литературных и других источников, теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

RESUME

Diploma work: 53 pages, 2 tab., 3 fig., 43 source., 3 add.

Key words: MARKETING, STRATEGY, MARKETING ACTIVITY

Object of research – OJSC "Brewery Olivariya".

Subject of research – marketing strategy of OJSC "Brewery Olivariya" in the market.

Work purpose: research of marketing strategy of OJSC "Brewery Olivariya" and development of actions for its improvement.

Research methods: comparative analysis, synthesis, groups.

Researches: theoretical justification of marketing strategy of the enterprise is given; it is analyzed economic activity of OJSC "Brewery Olivariya" and marketing activity in the market; recommendations about improvement of marketing strategy of the enterprise are developed.

Technical and economic, social and economic importance: is that the main conclusions and development can be used as for increase of efficiency of marketing strategy of OJSC "Brewery Olivariya", and other enterprises of Republic of Belarus.

The author of work confirms that the settlement and analytical material given in the thesis correctly and objectively reflects a condition of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical provisions and concepts borrowed from literary and other sources are followed by links to their authors.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 53 старонак, 2 таб., 3 мал., 43 крыніц, 3 прыклаў.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, СТРАТЭГІЯ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ

Аб'ект даследавання - ААТ "Піўзавод Аліварыя".

Прадмет даследавання - маркетынговая стратэгія ААТ "Піўзавод Аліварыя" на рынку.

Мэта работы: даследаванне маркетынгавай стратэгіі ААТ "Піўзавод Аліварыя" і распрацоўка мерапрыемстваў па яе ўдасканаленні.

Метады даследавання: параўнальнага аналізу, сінтэзу, груповак.

Даследаванні: дадзена тэарэтычнае абгрунтаванне маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства; прааналізавана гаспадарчая стратэгія ААТ "Піўзавод Аліварыя" і маркетынговая дзейнасць на рынку; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і эканамічная значнасць: заключаецца ў тым, што асноўныя высновы і распрацоўкі могуць быць выкарыстаны як для павышэння эфектыўнасці маркетынгавай стратэгіі ААТ "Піўзавод Аліварыя", так і іншых прадпрыемстваў Рэспублікі Беларусь.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.